Рабочая программа утверждена в составе учебного плана

Заместитель начальника Управления образовательных программ Репина Е.М.

Санкт-Петербургский государственный университет

Р А Б О Ч А Я П Р О Г Р А М М А
ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-мастерство (онлайн-курс)
Business Mastery (Online Course)

Язык(и) обучения
русский

Трудоёмкость (границы трудоёмкости) в зачетных единицах: 1

Регистрационный номер рабочей программы: 060061

Санкт-Петербург

Раздел 1. Характеристики учебных занятий

1.1. Цели и задачи учебных занятий

Уникальный курс с фокусом на практическую направленность, благодаря которому, за достаточно короткий срок, обучающиеся любых направлений смогут получить качественное экономическое образование в области основ предпринимательства, уникальные предпринимательские компетенции в условиях цифровой экономики в сфере продаж. Знания помогут в открытии успешного бизнеса вне зависимости от предполагаемой сферы деятельности, а для тех, у кого он уже есть, усовершенствовать бизнес-процессы, повысить качество управленческих и лидерских характеристик.

Курс поможет настроить как оптовые каналы дистрибуции компании, так и управлять массовыми продажами в розничных сегментах. Обучающиеся получат представление о современных трендах торговли и обслуживания покупателей: клиентоориентированности, поведенческих методиках, онлайн-продажах, эффекте «длинного хвоста». Данный курс ознакомит с особенностями построения программ лояльности покупателей, с разнообразными каналами продвижения в интернете, с основными показателями эффективности онлайн-рекламы, с современными аналитическими системами, позволяющими управлять рекламными кампаниями и оптимизировать структуру сайтов. Обучающиеся научатся строить качественную структуру службы продаж, что поможет избежать ненужных организационных потерь и ускорить бизнес-процессы в компании. Навыки прогнозирования продаж при помощи экспертных и аналитических методов, полученные в рамках данного курса, помогут эффективнее планировать деятельность предприятия. Данный курс поможет сформировать представление об особенностях проектирования структуры маркетинговых каналов и разработки стратегии каналов, в том числе на региональных, национальных и международных рынках. У обучащихся будут сформированы навыки анализа отдельных элементов распределения и всей системы дистрибьюции фирмы в целом.

1.2. Требования к подготовленности обучающегося к освоению содержания учебных занятий (пререквизиты)

К освоению программы допускаются лица, имеющие/получающие высшее образование. Курс формирует и развивает предпринимательские компетенции вне зависимости от специальности и направления подготовки обучающегося и, таким образом, подходит для всех направлений подготовки.

1.3. Перечень результатов обучения (learning outcomes)

Дисциплина участвует в формировании компетенций обучающихся по образовательной программе, установленных учебным планом для данной дисциплины.

№	Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения, обеспечивающие формирование компетенций	Код индикатора и индикатор достижения компетенции
	1	2	3	4
1	Универсальные компетенции академические	УКО-2 Способен планировать и реализовать собственный проект в профессионально	По завершении этого курса обучающиеся будут: Уметь: - Управлять продажами и дистрибьюцией в современных	УКО-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели; УКО-2.2. Представляет результаты проекта;

		й сфере и управлять им	экономических, социальных и правовых условиях; - Комплексно оценивать и повышать эффективность ведения продаж. Знать: - Теоретические и практические основы клиентоориентированного менеджмента; - Современные способы и технологии управления продажами и дистрибьюцией, развития маркетинговых каналов. Владеть: - Навыками и технологиями продаж.	УКО-2.3. Предлагает возможности использования результатов проекта и/или совершенствования

1.4. Перечень активных и интерактивных форм учебных занятий

Дисциплина реализуется в онлайн-формате. Консультации, предусмотренные в рамках онлайн-курса, не являются обязательными для обучающегося и служат для разъяснения материала, который не был раскрыт в онлайн-лекциях или же остался недопонятым обучающимся.

Научно-педагогические работники, осуществляющие модерацию онлайн-курса, содержательно сопровождают форум и отвечают на вопросы обучающихся.

Обучающийся, осваивая онлайн-курс, пишет в форуме не персонально преподавателю, а задает вопрос в привязке к содержанию (модулю или теме) курса, т.о. модерация осуществляется по «принципу одного окна» в разделе «Обсуждения». При этом научно-педагогические работники СПбГУ, осуществляющие модерацию онлайн-курса, самостоятельно организовывают взаимодействие между собой и определяют степень участия каждого из них в подготовке ответов на содержательные вопросы обучающихся в форуме.

Раздел 2. Организация, структура и содержание учебных занятий

2.1. Организация учебных занятий

2.1.1 Основной курс

Формы текущего контроля успеваемости, виды промежуточной и итоговой аттестации			
Период обучения (модуль)	Формы текущего контроля успеваемости	Виды промежуточной аттестации	Виды итоговой аттестации (только для программ итоговой аттестации и дополнительных образовательных программ)
ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ			
очная форма обучения			
Любой период обучения		Зачет	

2.2. Структура и содержание учебных занятий

Основной курс Базовая часть периода обучения

Период обучения (модуль): **Любой период обучения**

№ п/п	Наименование темы (раздела, части)	Вид самостоятельной работы	Количество часов
1	Клиентоориентированность в цифровой экономике: управление лояльностью (сущность и становление клиентоориентированного маркетинга, современные программы лояльности)	лекция	1
		самостоятельная работа	7
		контроль освоения модуля	2
Итого за модуль			10
2	Интернет-маркетинг: электронная коммерция (особенности онлайн-рынка и интернет-торговли, эффект «длинного хвоста»), SEO маркетинг (особенности рекламы в интернете, аналитика в интернете, Google analytics и Яндекс-метрики)	лекция	1
		самостоятельная работа	3
		контроль освоения модуля	2
Итого за модуль			6
3	Управление продажами: прогнозирование объема продаж (экспертное прогнозирование, аналитическое прогнозирование, прогнозирование на основе оценки хозяйственной ситуации), организация продажи (диагностика психологического типа клиента, рекомендации по продаже)	лекция	1
		самостоятельная работа	3
		контроль освоения модуля	2
Итого за модуль			6
4	Современные маркетинговые каналы: маркетинговые каналы: основные понятия, потоки и функции (определение МК, роль МК в экономике, функции и потоки МК, участники МК), посредники в маркетинговых каналах: оптовая и розничная торговля (оптовая торговля в России и за рубежом, типы предприятий оптовой торговли, роль розничной торговли в экономике, организация розничной торговли: типы предприятий и форматы, стратегии розничной торговли, ритейл-микс)	лекция	1
		самостоятельная работа	3
		контроль освоения модуля	2
Итого за модуль			6
5	Дизайн и управление маркетинговыми каналами: дизайн маркетинговых каналов (анализ маркетинговых каналов, структура МК, выбор типа МК, формирование МК), управление маркетинговыми каналами (отбор партнеров по МК, мотивирование участников МК, управление конфликтами в канале, контроль и оценка эффективности МК)	лекция	1
		самостоятельная работа	3
		контроль освоения модуля	2
Итого за модуль			6

	Промежуточная аттестация		2
	ВСЕГО		**36**

Раздел 3. Обеспечение учебных занятий

3.1. Методическое обеспечение

3.1.1 Методические указания по освоению дисциплины

Обучающийся автоматически зачисляется на образовательную платформу и на онлайн-курс. Освоение онлайн-дисциплины возможно только с корпоративной почты @student.spbu.ru.

Обучающемуся необходимо войти на курс, используя логин выданной корпоративной электронной почты (stXXXXXX@student.spbu.ru) по следующей инструкции:

1. войти на платформу по ссылке, указанной в расписании;
2. нажать «забыли пароль» и указать адрес своей корпоративной почты, на адрес которой придет ссылка-инструкция по восстановлению пароля;
3. в личном кабинете открыть вкладку «Мои курсы», в которой представлен перечень тех онлайн-курсов, которые указаны в расписании, с указанием группы;
4. нажать «Перейти к материалам курса».

Обучающийся должен:

- ознакомиться со всеми инструкциями, данными в онлайн-курсе;
- регулярно посещать личный кабинет на платформе, где размещен онлайн-курс;
- просматривать видеоматериалы курса, изучать дополнительные материалы и выполнять контрольные задания, данные после каждого модуля.

В случае возникновения вопросов по содержанию онлайн-курса, обучающийся может обращаться на форум онлайн-курса в раздел «Обсуждения».

Обучающийся проверяет свою успеваемость в разделе «Прогресс».

3.1.2 Методическое обеспечение самостоятельной работы

Освоение курса осуществляется в процессе аудивизуального знакомства с содержанием онлайн-лекций и систематической самостоятельной работы, подразумевающей тщательное изучение содержания. Методическое обеспечение самостоятельной работы включает в себя проверочные задания, а также дополнительные материалы, размещенные к каждому модулю на платформе «Открытое образование».

3.1.3 Методика проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации и критерии оценивания

Выполнение контрольных заданий по каждому модулю является обязательным. Обучающийся проверяет свою успеваемость в разделе «Прогресс». Текущая успеваемость по итогам освоения модулей влияет на допуск к промежуточной аттестации по дисциплине.

Учет успеваемости обучающихся производится централизованно и передается в Учебное управление.

Промежуточная аттестация по дисциплине является обязательной.

Итоговая аттестация проводится в очном (оффлайн) формате.

Допуск к промежуточной аттестации: не менее 40 % за выполнение оцениваемых контрольных заданий (КЗ) по курсу (подсчет автоматический).

Оценка «зачтено» выставляется при условии выполнения обучающимся итогового теста не менее чем на 60 % или 180 баллов.

Для выполнения тестового задания отводится до 45 минут (1 академический час).

3.1.4 Методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (контрольно-измерительные материалы, оценочные средства)

Предложенные для прохождения текущего контроля и промежуточной аттестации тесты содержат в себе задания по любой(-ым) теме(-ам), входящей(-им) в курс (перечислены в п. 2.2 настоящей РПД). Тесты могут иметь четыре формы: во-первых, задание на множественный выбор с одним верным ответом (Multiple Choice), во-вторых, задание на множественный выбор с несколькими верными ответами (Checkboxes), в-третьих, задание с выпадающим списком (Dropdown problem), в-четвертых, задание на ввод ответа числом (Numerical Input).

№	Код индикатора и индикатор достижения компетенции	КИМ (тестовые вопросы, контрольные задания, кейсы и пр.)
	1	2
1	УКО-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели	*Пример теста первой формы:* Ваша фирма собирается разработать и вывести на рынок новый товар: голографические обои (товар-субститут). Какой метод прогнозирования объемов продажи данного товара предпочтительнее: [ ] Прошлый товарооборот; [ ] Коллективное мнение руководства фирмы; [ ] Мнение агентов по сбыту; [ ] По конечному потреблению; [ ] Экстраполяция тенденции; [ ] Доля рынка. *Пример теста второй формы:* Отметьте неверные утверждения: [ ] ВМС - это такая система, где каждый торговый посредник является самостоятельным коммерческим предприятием, и каждый посредник работает по своему плану; [ ] Традиционная система сбыта состоит из производителя, одного или нескольких оптовых розничных торговцев, действующих как единая система; [ ] Корпоративные ВМС – это системы производства и распределения товаров, которые находятся во владении одной акционерной компании; [ ] Договорные ВМС состоят из независимых фирм, связанных договорными отношениями; Многоканальная маркетинговая система – использование производителем нескольких форм организации канала сбыта параллельно.
2	УКО-2.2. Представляет результаты проекта	*Пример теста третьей формы:* Рассчитайте CTR и CPC проведенной рекламной кампании в интернете, если известно, что количество кликов составило 2 тыс., бюджет рекламы 30 тыс. руб., количество показов – 10 тыс., количество покупок через сообщение – 100. a. 0.15; 15 руб.; b. 0.2; 15 руб.; c. 0.05; 15 руб.; d. 0.05; 300 руб.
3	УКО-2.3.	*Пример теста четвертой формы:*

	Предлагает возможности использования результатов проекта и/или совершенствования	Продавец хочет определить оптимальный размер заказа для покупателя, который использует в среднем 100 коробок в день. Компания-покупатель работает в течение 250 рабочих дней в год. Средняя стоимость одной коробки составляет 4,37 долл. Затраты на содержание запасов составляют 32% от среднегодовой стоимости запасов. Стоимость перезаказа составляет 28 долл. Рассчитайте оптимальный размер заказа для компании-покупателя.

3.1.5. Методические материалы для оценки обучающимися содержания и качества учебного процесса

Анкетирование обучающихся в соответствии с методикой и графиком, утвержденными в установленном порядке.

3.2. Кадровое обеспечение

3.2.1 Образование и (или) квалификация преподавателей и иных лиц, допущенных к проведению учебных занятий

Модерацию/содержательное сопровождение дисциплины осуществляют научно-педагогические работники, имеющие ученую степень кандидата или доктора экономических наук и стаж педагогической работы.

3.2.2 Обеспечение учебно-вспомогательным и (или) иным персоналом

Не требуется.

3.3. Материально-техническое обеспечение

3.3.1 Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Учебная аудитория (компьютерный класс), оснащенная рабочими местами для обучающихся и преподавателя, для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации; оснащенная оборудованием, используемым для обучения в СПбГУ в соответствии с требованиями материально-технического обеспечения.

3.3.2 Характеристики аудиторного оборудования, в том числе неспециализированного компьютерного оборудования и программного обеспечения общего пользования

Оборудование, используемое для обучения:

- специализированная мебель для учебных занятий (столы, стулья);
- технические средства обучения (персональные компьютеры);
- наличие подключения к сети Интернет;
- стандартное программное обеспечение.

3.3.3 Характеристики специализированного оборудования

Не требуется.

3.3.4 Характеристики специализированного программного обеспечения

Программное обеспечение Windows 7–10 и пакет Microsoft Office, Acrobat Reader.

3.3.5 Перечень и объёмы требуемых расходных материалов

Не требуется.

3.4. Информационное обеспечение

3.4.1 ***Список обязательной литературы***

1. Экономика предприятия: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. С.А. Смирнова, А.В. Колышкина. - М.: Издательство Юрайт, 2018. – 498 с. https://urait.ru/book/ekonomika-predpriyatiya-408681
2. Маркетинг в информационном обществе: учебник / С.-Петерб. гос. ун-т; Ред. Н. Н. Молчанов. – М.: РГ-Пресс, 2013. – 408 с.
3. Молчанов Н.Н. Маркетинг инноваций: в 2 ч. Учебник и практикум для вузов. / под общ. Ред. Молчанов Н.Н.– М.: Издательство Юрайт, 2020 -528 с. https://urait.ru/book/marketing-innovaciy-v-2-ch-chast-1-453173 https://urait.ru/book/marketing-innovaciy-v-2-ch-chast-2-453174

3.4.2 ***Список дополнительной литературы***

1. Баркан Д. И. Управление продажами: Учебник. 2-е изд., испр. / Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. 908 с. https://znanium.com/catalog/document?id=184248
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2016.
3. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие / Соколов Я.В., 2-е изд., перер. и доп. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 512 с. https://znanium.com/catalog/document?id=372042
4. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса. Третье издание, переработанное и дополненное, М., Проспект, 2008
5. Вылкова Е.С. Налоговое планирование: Учебник для магистров – М., Юрайт-Издат, 2012. – 639 с. (Серия «Магистр»).
6. Грег Тейн, Брэдли Джон. Торговые войны. Битва за успех на прилавках и онлайн. Альпина Паблишер. 2013. - 320 с.
7. Джим Коллинз. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... Манн, Иванов и Фербер. 2016.
8. Кирина Л.С. Налоговый менеджмент в организациях: учебник для магистров/ Л.С.Кирина, Н.А. Назарова. – М: Изд. Юрайт, 2014. – 279 с. Серия: Магистр.
9. Кирюков С.И. Управление маркетинговыми каналами / Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010. 368 с. https://znanium.com/catalog/document?id=205264
10. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. А. Лукичёва, Н. Н. Молчанов, И. В. Воробьева [и др.]; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. https://urait.ru/book/marketing-444037
11. Менеджмент. Учебник / Под. Ред. д.э.н., проф. Кузнецова Ю.В. М.: Изд-во Юрайт, 2018. https://urait.ru/book/menedzhment-413129
12. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. 3-е изд./ Пер.с англ. М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2015.
13. Налоги и налоговая система Российской Федерации: учебник и практикум для вузов / ред. Л. И. Гончаренко - М.: ЮРАЙТ, 2021. -470 с. https://urait.ru/book/nalogi-i-nalogovaya-sistema-rossiyskoy-federacii-468981
14. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части I и II. (электронная версия с актуальными изменениями www.consultant.ru).
15. Остервальдер, А, Пинье, И. Построение бизнес-моделей – М: Альпина Паблишер // Серия Сколково, 2016. https://znanium.com/catalog/document?id=265603
16. Пятов М.Л. Бухгалтерский учет и оформление договоров: учебн.-практ. Пособие. М: Проспект, 2000.
17. Руководство к своду знаний по управлению проектами / 6-е издание, пер. с англ., Project Management Institute – USA: PMI, 2017.
18. Соколов Я.В., Пятов М.Л. Бухгалтерский учет для руководителя: учебн.-практ. Пособие. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2000.

19. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса. – М.: Юрайт, 2021 https://urait.ru/book/ocenka-stoimosti-biznesa-469764
20. Финансовый учет: учебник / под ред. проф. В.Г. Гетьмана. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 622 с. https://znanium.com/catalog/document?id=414243
21. Фредерик Лалу. Открывая организации будущего. Манн, Иванов и Фербер. 2016. - 432 с.
22. Ширенбек Х. Экономика предприятия: Учебник для вузов. 15-е изд. / Пер. с нем. под общ. ред. Бойко И.П., Валдайцева С.В., Рихтера К. – СПб.: Питер, 2005.
23. Энтони Р., Рис Дж. Учет: ситуации и примеры. Пер. с англ./ Под ред. и с предисл. А. М. Петрачкова. - 2-е изд., стереотип. - М.: Финансы и статистика, 1993.
24. Арчибальд Р. Управление высокотехнологичными программами и проектами – Пер. с англ. Мамонтова Е.В., Под ред. Баженова А.Д., Арефьева А.О. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Компания АйТи, ДМК Пресс, 2018. https://znanium.com/catalog/document?id=329093
25. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. М., Альпина-Паблишер, 2021 https://znanium.com/catalog/document?id=385876

3.4.1 Перечень иных информационных источников

- Онлайн-курс «Основы бизнеса» на образовательной платформе «Открытое образование» https://openedu.ru/course/spbu/BUSART/
- Онлайн-специализация «Искусство ведения бизнеса» на образовательной платформе Coursera https://www.coursera.org/specializations/iskusstvo-vedeniya-biznesa
- Онлайн-курс «Управление бизнесом» на образовательной платформе «Открытое образование»
- Онлайн-курс «Стартап: как вырасти в успешный бизнес» на образовательной платформе Coursera
- Онлайн-курс «Искусство продаж» на образовательной платформе Coursera
- Информационный ресурс СПАРК http://www.spark-interfax.ru
- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ http://www.gks.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY http://www.elibrary.ru
- СПС «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/
- Сайт Научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ: http://www.library.spbu.ru/
- Электронный каталог Научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ: http://www.library.spbu.ru/cgi-bin/irbis64r/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS
- Перечень электронных ресурсов, находящихся в доступе СПбГУ: http://cufts.library.spbu.ru/CRDB/SPBGU/
- Перечень ЭБС, на платформах которых представлены российские учебники, находящиеся в доступе СПбГУ: http://cufts.library.spbu.ru/CRDB/SPBGU/browse?name=rures&resource_type=8

Раздел 4. Разработчик(и) рабочей программы:

Фамилия, имя отчество	Ученая степень	Ученое звание	Должность	Контактная информация
Титов Виктор Олегович	к.э.н.		доцент Кафедры теории кредита и финансового менеджмента	v.o.titov@spbu.ru

Ващук Ангелина Эдуардовна	к.э.н.		доцент Кафедры европейских исследований	a.vashchuk@spbu.ru